

## **Pusat Industri Kreatif di Kota Pontianak**

**Dzikri Prakasa Putra<sup>1</sup>; M.Ridha Alhamdani<sup>2</sup>, Ivan Gunawan<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa, Arsitektur, Universitas Tanjungpura, Indonesia

<sup>2</sup> Dosen, Arsitektur, Universitas Tanjungpura, Indonesia

<sup>3</sup> Dosen, Arsitektur, Universitas Tanjungpura, Indonesia

Dzikri.p.putra@gmail.com

### **ABSTRAK**

Industri Kreatif merupakan salah satu komitmen awal untuk membentuk ekonomi kreatif. Definisi industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Pemerintah Indonesia menetapkan 14 subsektor industri kreatif yaitu periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; fesyen; video, film dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; dan riset dan pengembangan. Tetapi dari ke-14 subsektor tersebut hanya 6 yang menjadi fokus pengembangan yaitu arsitektur; kerajinan; desain; fesyen; video, film dan fotografi; dan musik. Untuk mendukung perkembangan industri kreatif tersebut diperlukan tempat-tempat kreatif yang dapat menampung segala kegiatan kreatif di dalamnya. Pusat Industri Kreatif menyediakan fasilitas dan sarana untuk mengembangkan dan memperkenalkan sub-sub sektor daripada industri kreatif itu sendiri. Perancangan Pusat Industri Kreatif merupakan langkah awal untuk mendekatkan masyarakat dengan Industri Kreatif yang bertujuan untuk menciptakan suatu kota kreatif demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui ekonomi kreatif. Oleh karena itu, konsep perancangan pusat industri kreatif ini adalah sebagai berikut: menjadi bagian dari lingkungan masyarakat, sebagai ruang publik hijau kota, sebagai landmark kawasan sekitar, dan sebagai penggerak kreativitas.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, Kreatif

### **ABSTRACT**

Creative Industries is one of the initial commitment to create the creative economy. The definition of creative industry is an industry that comes from the use of creativity, skills and talents of individuals to create prosperity and jobs to produce and exploit the creativity and individual creativity. The Indonesian government sets 14 creative industry sub-sectors, namely advertising; architecture; market art and antiques; craft; design; fashion; video, film and photography; interactive games; music, the performing arts; publishing and printing; computer services and software; television and radio, and research and development. But, of the 14 sub-sectors only 6 being the focus of development, namely architecture; craft; design; fashion; video, film and photography, and music. To support the development of creative industries need creative venues that can accommodate all creative activity in it. Creative Industries Centre provides facilities and means to develop and introduce a sub-sector of the creative industries than itself. Designing Creative Industries Centre is the first step to bring the community and the Creative Industries which aims to create a creative city in order to enhance economic growth through creative economy. Therefore, the central design concept of creative industries is as follows: a part of the community, as a city of green public space, as a neighborhood landmark, and as a driver of creativity.

Keywords: Creative Economy, Creative Industry, Creative

## 1. Pendahuluan

Munculnya istilah ekonomi kreatif telah membangunkan negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreatifitas yang dimilikinya. Bahkan ekonomi kreatif telah didaulat sebagai gelombang ekonomi keempat setelah era ekonomi informasi. Beberapa negara pun secara bertahap melahirkan kota-kota kreatif baru dan telah menjadi yang terdepan dalam kontribusi ekonomi kreatif.

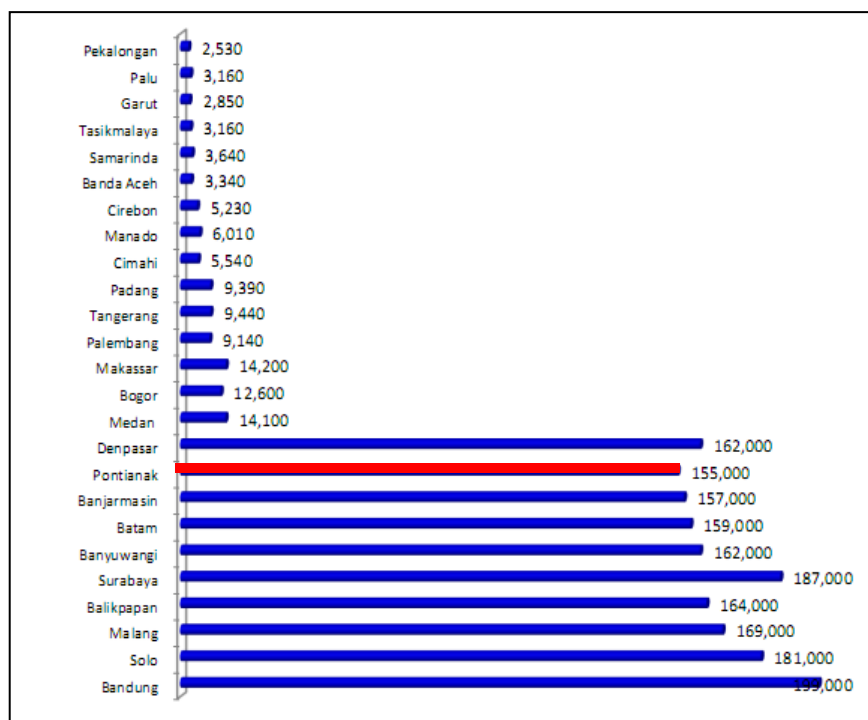
Arus ekonomi kreatif juga sedang melanda Indonesia. Ekonomi kreatif ini diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek seperti: (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), (3) tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia.

Sebagai langkah nyata dan komitmen pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia, maka pemerintah telah melakukan kajian awal untuk memetakan kontribusi ekonomi dari industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Industri kreatif itu sendiri didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen Perdagangan Republik Indonesia menggunakan klasifikasi yang digunakan oleh Howkins, yaitu 14 sekitar industri kreatif yang di antaranya adalah periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; fesyen; video, film dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; dan riset dan pengembangan. Dari ke-14 subsektor industri kreatif yang tersebut, Departemen Perdagangan Republik Indonesia akan memfokuskan diri untuk mengembangkan Industri kreatif meliputi subsektor: Arsitektur; Film, Video, dan Fotografi; Fesyen; Musik; Kerajinan; dan Desain.

Untuk mengembangkan kreatifitas suatu kota, menurut Charles Landry dan Jonathan Hyams (2000) ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan untuk mengukur sebuah kota termasuk kategori kota kreatif. Di antaranya adalah dengan adanya spot kreatif di berbagai sudut kota, kalangan terdidik yang sadar untuk mengekspresikan ide dan kreatifitasnya, serta pemimpin dan kebijakan yang memberi ruang bagi terbukanya kemudahan mengembangkan berbagai industri kreatif.

Kota Pontianak merupakan ibukota provinsi Kalimantan Barat. Kota ini juga memiliki ragam budaya yang sangat berpotensi sebagai inspirasi industri kreatif. Selain itu, keunggulan geografis seperti, wilayah yang terletak di garis khatulistiwa, adanya sungai terpanjang di Indonesia yaitu sungai Kapuas serta dekatnya dengan negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura dapat menjadi acuan untuk mengembangkan industri kreatif tersebut.



Sumber: (Departemen Perdagangan RI, 2009)

**Gambar 1:** Jumlah perhatian Industri Kreatif tingkat kota di Indonesia

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Tinjauan Industri Kreatif

#### 2.1.1 Definisi Industri Kreatif

Berikut ini adalah beberapa teori yang menjelaskan tentang pengertian dari industri kreatif:

- Teori Industri Kreatif Menurut Robert Lucas dalam Nenny (2008), mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya.
- Definisi Industri Kreatif dari visi Pemerintah, sebagai berikut: Industri-industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi HKI.
- Definisi industri kreatif dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

#### 2.1.2 Fungsi Industri Kreatif

Industri kreatif ini merupakan pilar utama dalam pembentukan ekonomi kreatif dan ekonomi kreatif ini sangatlah penting bagi Indonesia karena diyakini ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif bagi tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Industri kreatif juga merupakan salah satu upaya untuk mendukung terbentuknya ekonomi kreatif yang mencakup enam hal yaitu: Kontribusi Ekonomi; Iklim Bisnis; Citra dan Identitas Bangsa; Sumber Daya Terbarukan; Inovasi & Kreativitas; dan Dampak Sosial.

#### 2.1.3 Jenis-Jenis Industri Kreatif

Pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen Perdagangan Republik Indonesia menggunakan klasifikasi yang digunakan oleh Howkins (2001), yaitu 14 sektor industri kreatif yang di antaranya adalah: Arsitektur; Desain; Fesyen; Film, Video dan Fotografi; Kerajinan; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Musik; Pasar Barang Seni; Penerbitan dan Percetakan; Periklanan; Permainan Interaktif; Riset dan Pengembangan; Seni Pertunjukan; Televisi dan Radio.

Dari ke-14 subsektor industri kreatif yang tersebut, Departemen Perdagangan Republik Indonesia akan memfokuskan diri untuk mengembangkan Industri kreatif meliputi subsektor: Arsitektur; Film, Video dan Fotografi; Fesyen; Musik; Kerajinan; dan Desain.

Berikut ini adalah penjelasan tentang enam fokus subsektor industri kreatif:

- Arsitektur, adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (perencanaan kota, *urban design*, arsitektur lanskap) sampai dengan level mikro (detail konstruksi). misalnya: arsitektur taman, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik, dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik. Selain dalam perancangan konstruksi, produk lain yang dapat mendukung arsitektur adalah berupa maket, sketsa, gambar ilustrasi 3d, dan animasi untuk membantu dalam proses presentasi.
- Film, Video dan Fotografi adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan naskah, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- Fesyen, adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
- Musik, adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- Kerajinan, adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.
- Desain adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

## 2.2 Pusat Industri Kreatif

Definisi dari pusat industri kreatif adalah tempat yang mewadahi berbagai jenis kegiatan yang mendukung perkembangan industri kreatif.

### 2.2.1 Fungsi Pusat Industri Kreatif

Berdasarkan definisi dari pusat industri kreatif yaitu sebagai tempat yang mewadahi berbagai jenis kegiatan yang mendukung industri kreatif. Maka segala fasilitas di dalamnya harus dapat mendukung kegiatan tersebut. Berikut ini adalah beberapa kegiatan yang dapat mendukung kinerja industri kreatif:

- **Edukasi**  
Edukasi tentang industri kreatif dapat diwujudkan melalui pelatihan-pelatihan serta belajar melalui referensi-referensi yang terdapat pada perpustakaan.
- **Workshop**  
*Workshop* disebut juga sebagai bengkel dapat diartikan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan belajar mengajar keterampilan. Sehubungan dengan pengertian ini, bengkel bukan hanya berarti bengkel tempat praktik peserta didik, tetapi juga berarti tempat para instruktur mengajarkan keterampilan kepada peserta didik agar mereka mencapai tujuan belajar secara efektif dan efisien.
- **Seminar dan Diskusi**  
Kegiatan seminar dan forum diskusi dapat diselenggarakan oleh masing-masing subsektor industri kreatif yang dapat mengundang masyarakat umum.
- **Exhibition atau pertunjukan.**  
*Exhibition* merupakan kegiatan yang menjadi ajang untuk menunjukkan kreatifitas serta hasil daripada industri kreatif itu sendiri.

### 2.2.2 Fasilitas Pusat Industri Kreatif

Berikut ini adalah beberapa fasilitas yang terdapat di dalam pusat industri kreatif:

- **Perpustakaan**  
Perpustakaan merupakan fasilitas yang mendukung fungsi edukasi. Perpustakaan yang ada pada Pusat Industri Kreatif berupa perpustakaan konvensional dan multimedia. Selain mengoleksi berbagai macam referensi dalam bentuk buku-buku, pengunjung perpustakaan juga dapat mendapatkan referensi dalam bentuk video dan film yang ada terdapat perpustakaan multimedia.
- **Ruang Auditorium**  
Ruang Auditorium adalah pertemuan dalam jumlah besar. Kapasitas minimal ruang auditorium adalah 200 tempat duduk.
- **Ruang Galeri dan Exhibition**  
Ruang Galeri dan *Exhibition* merupakan ruangan yang berfungsi sebagai tempat untuk mengadakan pameran dan galeri yang diadakan oleh masing-masing subsektor yang terkait.
- **Ruang Multimedia**  
Ruang Multimedia merupakan ruangan yang mendukung fungsi edukasi dengan fasilitas multimedia dan perangkat komputer (Lihat Gambar 2). Ruangan ini digunakan untuk praktikum film, video, dan fotografi serta praktikum desain.



Sumber: (<http://www.smt.city.sendai.jp>, diunduh pada 6-11-2012)

**Gambar 2:** Studio Multimedia pada *Sendai Mediatheque*

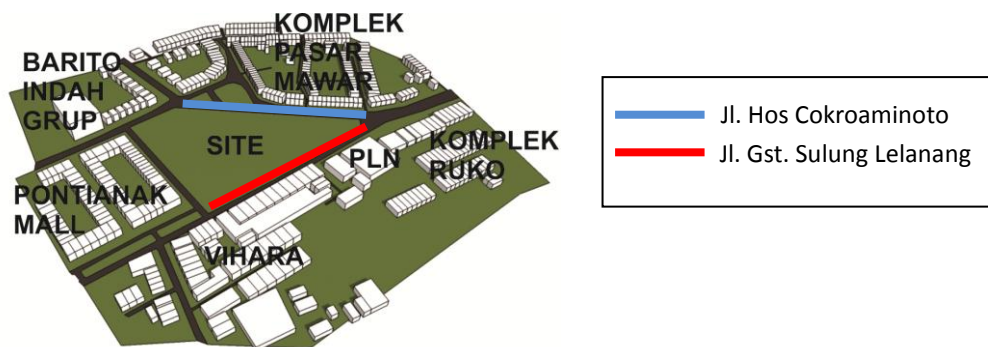
- Ruang Workshop

Ruang *Workshop* merupakan ruangan yang mendukung fungsi kegiatan praktek keterampilan. Menurut Sunarto (1996), ruangan-ruangan yang harus ada di dalam *workshop* adalah:

1. Ruang kerja utama
2. Ruang pendukung (ruang instruktur, perpustakaan, ruang demonstrasi, ruang fasilitas display, tempat cuci, toilet, dan ruang tunggu bagi peserta didik)
3. Ruang lalu lintas atau ruang untuk keperluan mobilitas alat dan bahan saat pelaksanaan praktik
4. Tempat penyimpanan (alat dan perkakas, bahan, dan hasil praktik)
5. Ruang perakitan atau perbaikan.

### 2.3 Lokasi

Lokasi secara umum berada di Kota Pontianak yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi, keuangan, politik, pendidikan, perdagangan, dan jasa di Kalimantan Barat. Secara fungsi, bangunan merupakan fungsi edukasi dan komersil sehingga diperlukan lokasi yang sesuai dengan fungsinya. Pemilihan lokasi perancangan didasarkan pada potensi komersil dan tata ruang kota serta kemungkinan kedekatan dengan tata ruang pemukiman dan pendidikan. Lokasi perancangan terpilih di antara Jl. Hos Cokroaminoto dan Jl. Gusti Sulung Lelanang Kota Pontianak.



Sumber: (RTRW Kota Pontianak 2002-2012)

**Gambar 3:** Peta Lokasi

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Analisis Fungsi

Fungsi utama pusat industri kreatif meliputi 3 kegiatan yaitu pengelolaan, edukasi dan eksibisi. Berikut ini merupakan penjabaran dari fungsi-fungsi yang terkait dari 3 kegiatan utama tersebut:

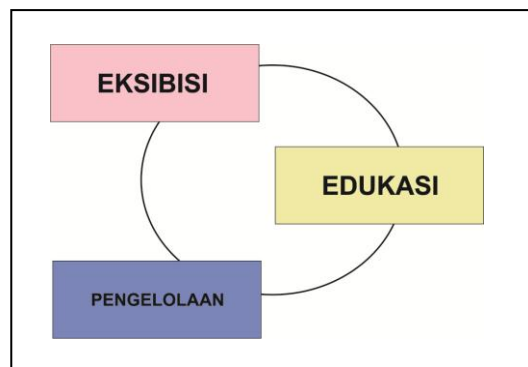
Tabel 1 : Analisis Fungsi Utama

Sifat	Fungsi Ruang
Pengelolaan	Operasional dan Manajerial
Edukasi	Referensi, Diskusi, Seminar dan Praktikum
Eksibisi	Pameran, <i>Fashion Show</i> , dan Konser

Sumber: (Penulis, 2012)

### 3.2 Analisis Organisasi Ruang

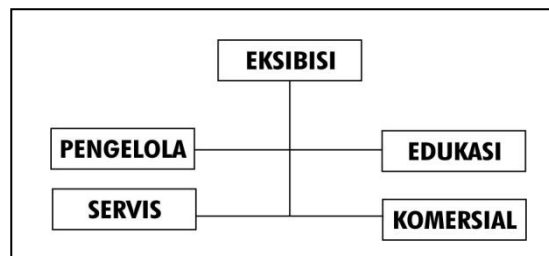
Analisis organisasi ruang dibagi berdasarkan fungsi yaitu fungsi pengelolaan, fungsi edukasi, fungsi eksibisi serta fungsi pendukung seperti fungsi komersial dan fungsi servis. Analisis organisasi ruang menggunakan analisis secara makro dan mikro. Berikut ini merupakan analisis organisasi ruang berdasarkan fungsi:



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 4:** Organisasi Ruang Makro

Berdasarkan pengelompokkan ruang, berikut ini merupakan penzoningan ruang berdasarkan fungsinya:

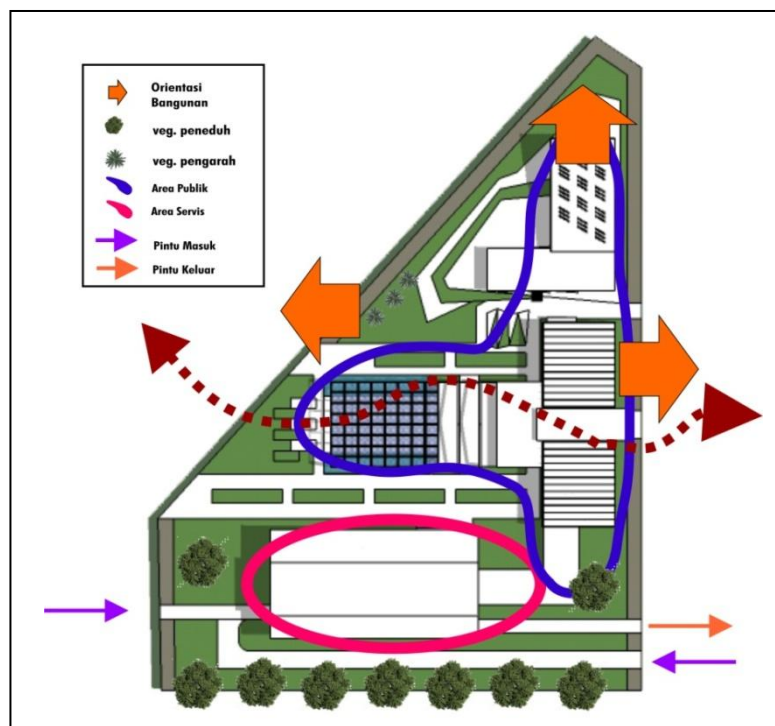


Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 5:** Zoning

### 3.3 Analisis Eksternal

Pembahasan analisis eksternal meliputi beberapa aspek yaitu : Analisis Perletakkan, Analisis Orientasi, Analisis Sirkulasi, Analisis Vegetasi, dan Analisis Zoning.





Pada analisis perletakkan, hal-hal yang dibahas meliputi garis sempadan bangunan, koefisien lantai dasar dan luas bangunan. Analisis orientasi merupakan suatu bagian yang terpenting untuk menampilkan wujud muka bangunan. Pusat industri kreatif terletak di lokasi yang strategis karena berada di ujung jalan, sehingga orientasinya menghadap ke tiap-tiap jalan di depannya untuk menarik perhatian orang yang melewatinya. Selanjutnya adalah analisis tentang sirkulasi. Pusat industri kreatif ini ditujukan kepada masyarakat untuk berkumpul dan diupayakan sebagai tempat berkumpulnya masyarakat. Oleh karena itu, sirkulasi untuk pejalan kaki diupayakan sebaik mungkin dan memberikan akses yang cukup luas. Sedangkan untuk kendaraan tetap mengikuti pola alur sirkulasi jalan di depan site.

Vegetasi pada tapak akan menjadi perhatian utama di dalam tapak. Penggunaan vegetasi peneduh akan lebih banyak digunakan pada area-area publik seperti area sirkulasi dan publik plaza untuk memberikan kenyamanan ketika pengunjung sedang berkumpul atau sedang berjalan-jalan. Analisis yang terakhir ialah mengenai penzoningan. Penzonaan pada Pusat Industri Kreatif ini akan diatur berdasarkan fungsi dan organisasi ruangnya. Seperti pada umumnya, perletakkan fungsi publik akan diletakkan pada area yang dekat dengan keramaian dan area private akan dijauhkan.

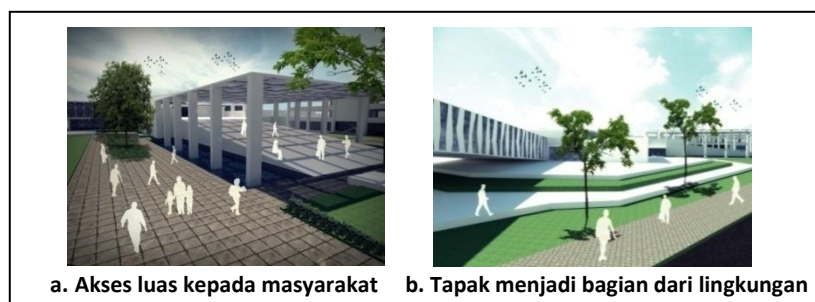
### 3.4 Analisis Konsep

- Bangunan sebagai bagian dari lingkungan masyarakat  
Bangunan sebagai bagian dari masyarakat diwujudkan dengan menciptakan akses yang luas kepada masyarakat untuk masuk ke dalam tapak dan menyatu seolah area bangunan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kawasan tersebut (Lihat Gambar 7).



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

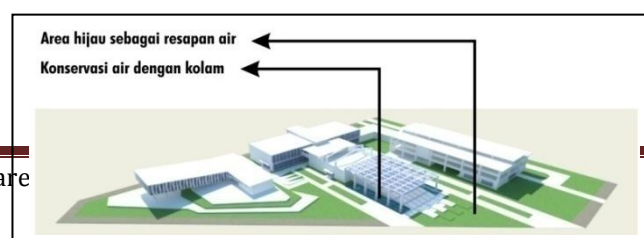
**Gambar 7:** Konsep bangunan sebagai bagian dari lingkungan masyarakat



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 8:** Ilustrasi suasana dari konsep bangunan sebagai bagian dari lingkungan masyarakat

- Bangunan sebagai paru-paru kawasan sekitar  
Bangunan sebagai paru-paru kawasan sekitar diwujudkan dengan menyediakan ruang terbuka hijau (Lihat Gambar 9). Penghijauan akan memberikan suasana asri dan nyaman serta kondusif untuk berkreasi (Lihat Gambar 10).



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

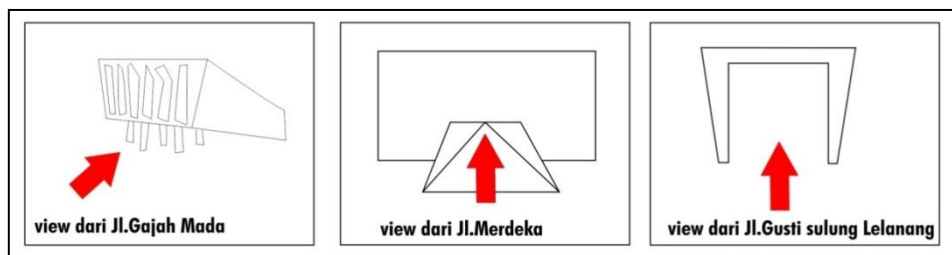
**Gambar 9:** Konsep bangunan sebagai paru-paru kawasan sekitar



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 10:** Ilustrasi suasana asri

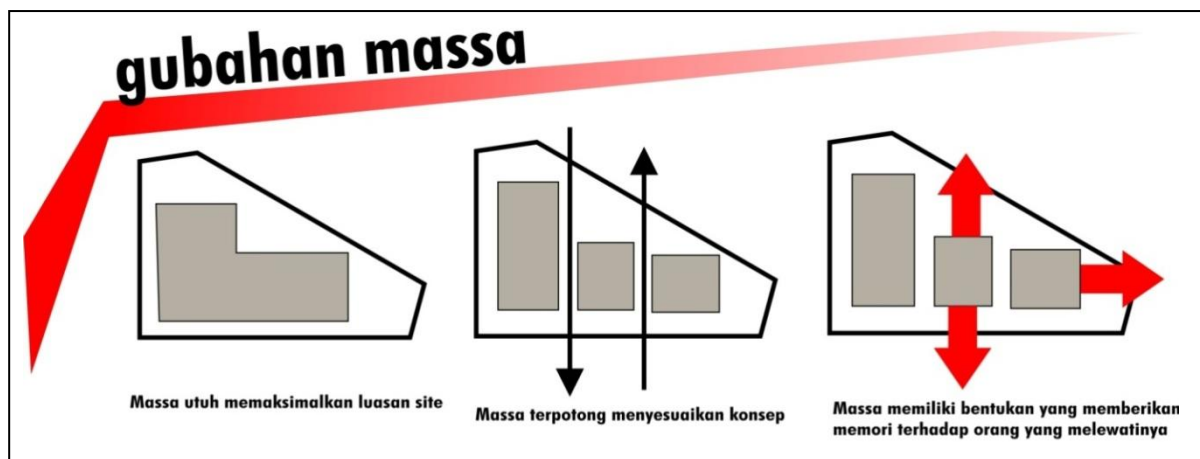
- Bangunan sebagai penggerak kreatifitas  
Bangunan sebagai penggerak kreatifitas, berkaitan sesuai dengan fungsinya maka aplikasi pada Pusat Industri Kreatif ini adalah dengan memberikan fasilitas-fasilitas serta berkaitan dengan konsep sebelumnya untuk menciptakan suasana yang asri sehingga menghasilkan perasaan nyaman dan rileks untuk berkreasi dan berkreatifitas.
- Bangunan sebagai *landmark* kawasan sekitar  
Bangunan sebagai landmark kawasan sekitar, untuk menciptakan memori serta membuat ketertarikan setiap orang yang melewatinya untuk dapat menuju tujuan utama dari alasan perancangan pusat industri kreatif ini yaitu untuk mengenalkan industri kreatif ke publik.



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 11:** Konsep *Landmark*

Berdasarkan konsep utama bangunan, maka proses transformasi massa akan ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



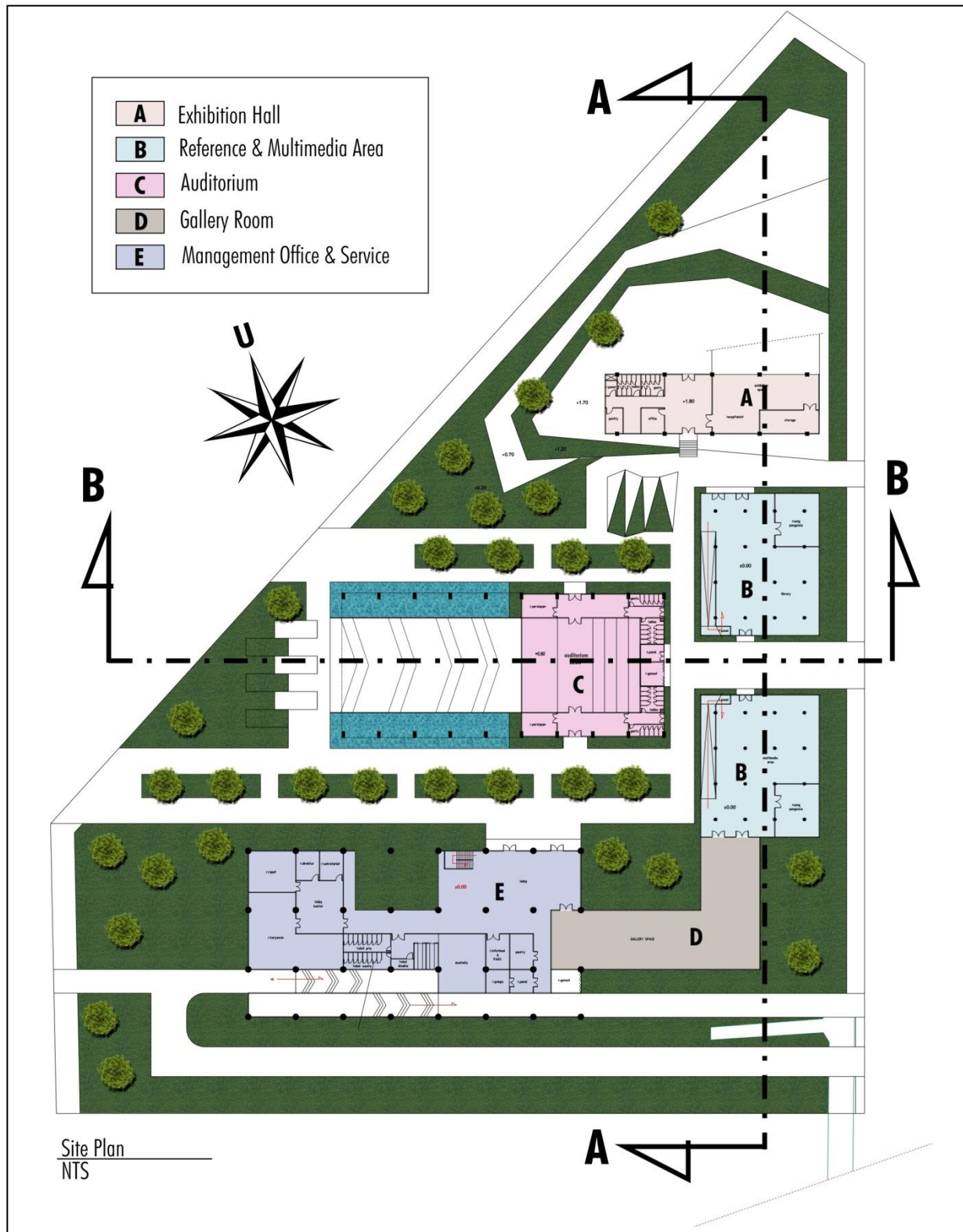
Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 12:** Gubahan Massa



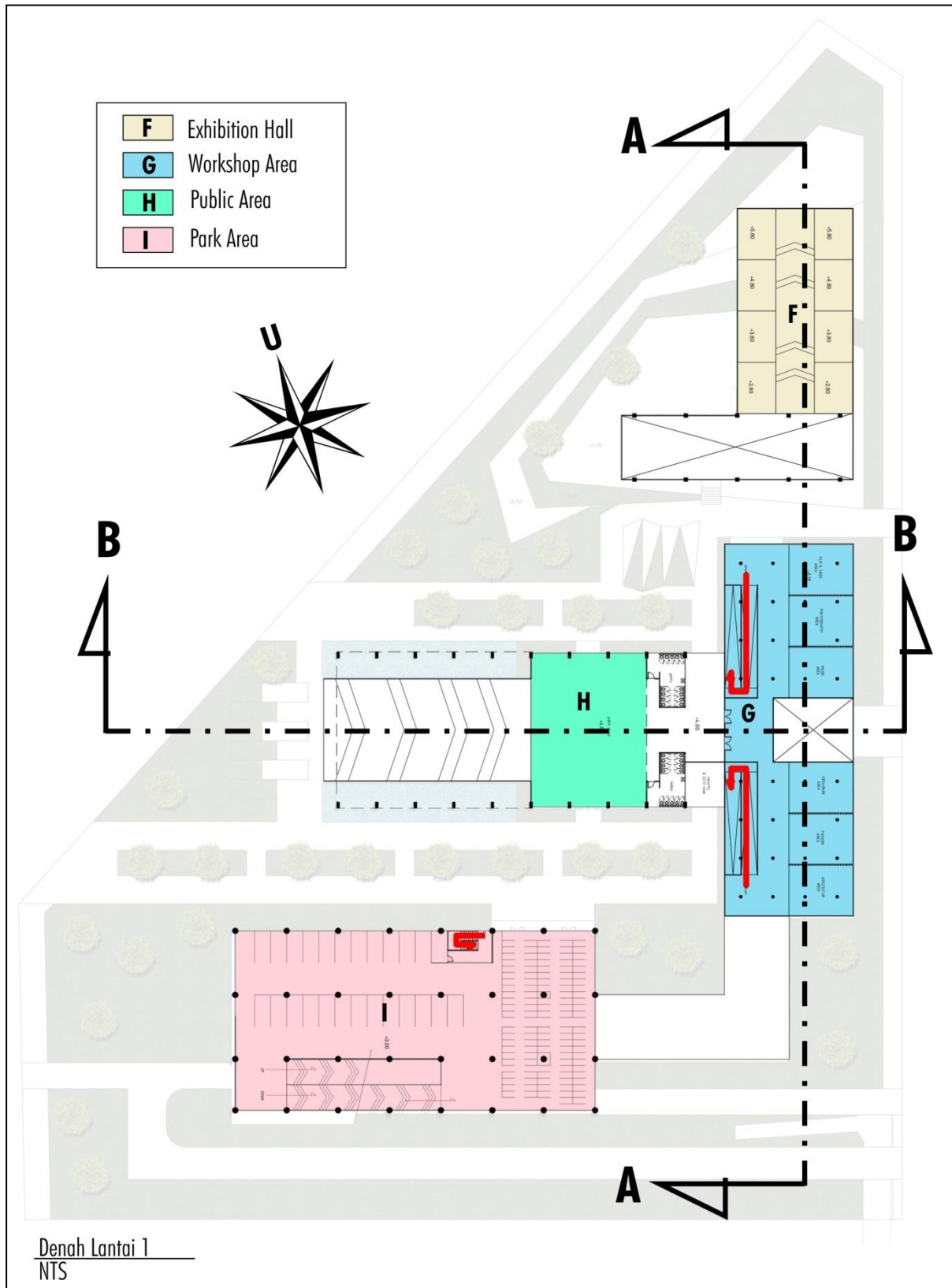
### 3.5 Pradesain

#### 3.5.1 Denah



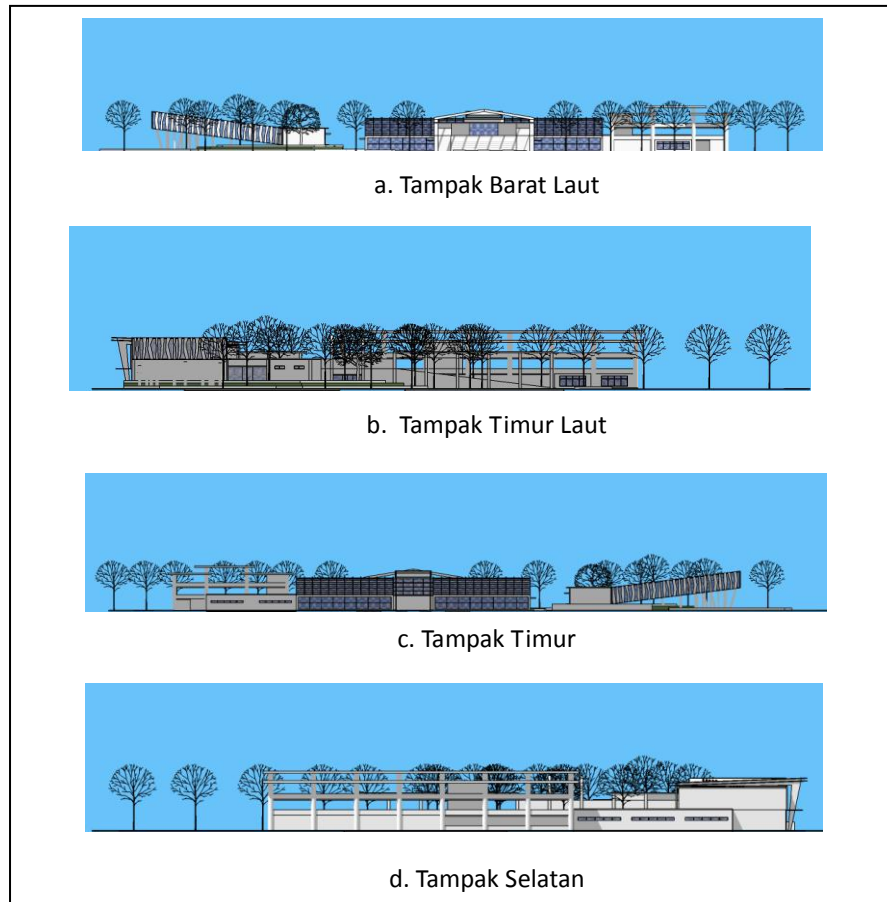
Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 13:** Site Plan



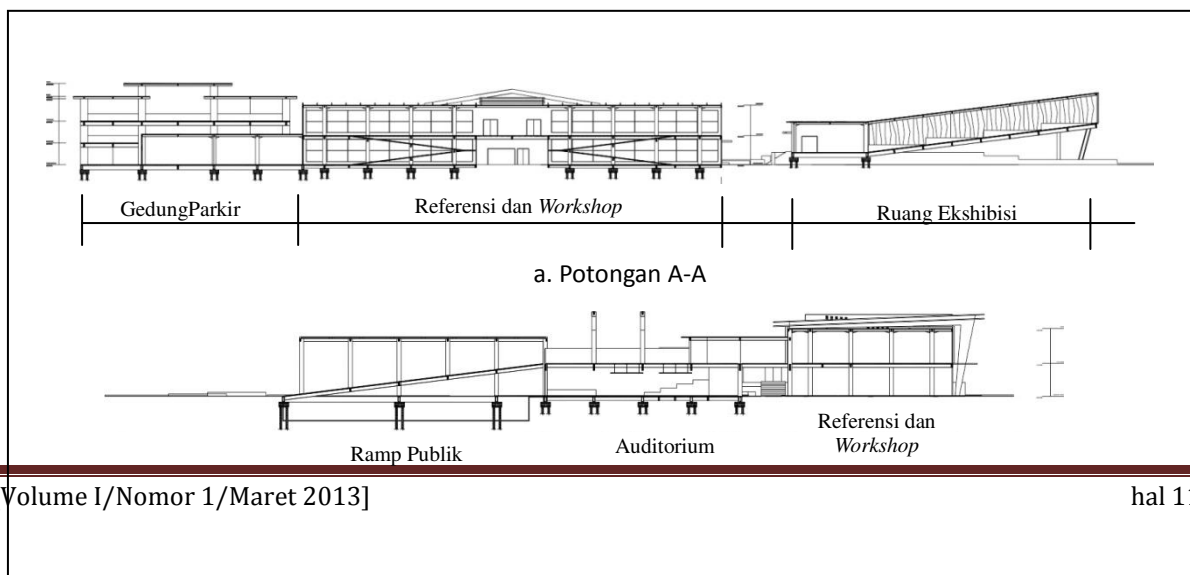
### 3.5.2 Tampak & Potongan

Berikut ini adalah tampak dan potongan yang mengacu pada gambar site plan dan denah pada sub bab sebelumnya:



Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 15:** Tampak



b. Potongan B-B

Sumber: (Analisis Penulis, 2012)

**Gambar 16:** Potongan

#### 4. Kesimpulan

Industri kreatif merupakan salah satu pilar terpenting dalam pembentukan ekonomi kreatif. Industri kreatif tersebut seharusnya sudah dikembangkan di tiap-tiap kota di Indonesia. Oleh karena itu, kota harus memiliki *spot-spot* kreatif untuk merangsang pertumbuhan industri kreatif.

Perancangan pusat industri kreatif yang baik adalah yang dapat mendekatkan serta mengenalkan masyarakat dengan industri kreatif. Selain itu, pusat industri kreatif harus dapat menciptakan suasana yang kondusif sehingga dapat memberikan efek rileks agar dapat berpikir dengan tenang dan berkreatifitas. Tujuan utama dari pusat industri kreatif adalah untuk memperkenalkan industri kreatif dengan masyarakat, sehingga harus dirancang sedemikian rupa agar dapat menciptakan memori dan menarik untuk dikunjungi.

#### Ucapan Terima kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan berkatnya penulis dapat menyelesaikan jurnal dengan judul “Pusat Industri Kreatif di Kota Pontianak”. Dalam menyelesaikan penulisan jurnal ini, penulis banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran yang membantu hingga akhir dari penulisan tugas akhir ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

- Kedua orang tua penulis
- Bapak Ir. Junaidi. M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura
- Ibu Ir. Siti Mayuni, MT, selaku Ketua Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura
- Bapak M.Nurhamsyah, ST, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura
- Bapak Yudi Purnomo, ST, MT selaku dosen Pembimbing Akademik
- Bapak M.Ridha Alhamdani, ST, M.Sc, selaku dosen pembimbing pertama Tugas Akhir serta penulis kedua dalam penyusunan jurnal ini
- Bapak Ivan Gunawan, ST, MSc, selaku dosen pembimbing kedua Tugas Akhir serta penulis ketiga dalam penyusunan jurnal ini
- Para Dosen Program Studi Arsitektur Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu dan pemahaman kepada penulis

Pihak-pihak lain yang secara langsung atau tidak langsung, dalam bentuk moril maupun materil turut pula membantu penulis dalam penyusunan jurnal ini.

#### Referensi

- Anggraini, Nenny, 2008. “*Industri Kreatif*”. Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia. Jakarta
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2007*. Departemen Perdagangan RI. Jakarta.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Program Kerja Pengembangan industri Kreatif Nasional 2009-2015*. Departemen Perdagangan RI. Jakarta
- Division of the University Architect. 2003. *Design Guidance: Learning Environments*. University of Cincinnati. Ohio
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Visi Indonesia 2030: Quo Vadis?*. Harian Seputar Indonesia
- Landry, Charles. 2000. *The Creative City*. Earthscan. London
- Soetardjo. 1996. *Pengelolaan Bengkel*. Surabaya Intellectual Club. Surabaya
- Sunarto. 1996. *Perencanaan, Pengembangan, dan Pengelolaan Fasilitas Praktek Laboratorium dan Bengkel (Materi Perkuliahan Mata Kuliah Organisasi dan Manajemen PTK)*. PPS IKIP Yogyakarta. Yogyakarta